

# with コロナ状況下の募金活動に関するヒント集

令和2年8月13日  
中央共同募金会

- 新型コロナウイルスの影響により、人と人とのつながりを大切にした地域福祉活動のしづらさに、多くの地域で戸惑い悩まれていることと思います。共同募金運動においても、「こんな時に募金活動なんて…」という不安やご心配の声があるのは確かです。
- しかしながら、「こんな時だからこそ、さまざまな場面でつながり続けること」が必要であり、このような活動を応援する助成を通じ、共同募金の重要性を関係者一同で発信していくことが何よりも大切です。
- 新型コロナウイルスの影響が懸念され始めた当初から、中央共同募金会および都道府県共同募金会では「赤い羽根 子どもと家族の緊急支援 全国キャンペーン」に取り組み、つながりつづけるための支援をいち早く行ってきました。
- また、令和2年度は全国共通助成テーマ「つながりをたやさない社会づくり～あなたは一人じゃない～」を設定し、より多くの人々の共感を得ながら、あらゆる機会での運動参加の場や機会を広げることに努めたいと考えています。
- 本紙は令和2年度の共同募金運動を積極的に進めていくための強みを示したうえで、活用が期待できる募金手法や広報ツールに関する情報を改めて整理したものです。
- このヒント集を通じ、各地で試行的な実践が取り組まれ、前向きな運動が展開されることを期待します。新たなアイデアについては、今後も募集していくこととしています。

## ● も く じ ●

<b>1. with コロナ時代の視点ーこんな時だからこそ伝えようー</b>	…P2
(1)今年度運動の強みとなる取り組み事項	
(2)アプローチ例	
<b>2. 活用が期待できる募金手法</b>	…P4
(1)中央共同募金会の運営等によるシステム	
(2)各都道府県・市区町村により企画されるもの	
<b>3. 広報について</b>	…P6
<b>4. 参考資料一覧</b>	…P7

## 1. with コロナ時代の視点 —こんな時だからこそ伝えよう—

下記には“こんな時だからこそ”強みとなる取り組みやアプローチ例を記載しています。寄付をお願いするだけでなく、一緒に募金アイデアを考えてもらうのも協力方法の1つです。

この機会を、ぜひ募金協力の依頼先や相談先を改めて考える参考にしてみてください。

### (1)今年度運動の強みとなる取り組み事項

取り組み事項	内容	場面
令和2年度 共同募金運動 ポスター	キャッチコピーは「あなたは一人じゃない」は、共同募金の大切さを象徴的にしたものの。共通助成テーマの副題と連動し、コロナ状況下における共同募金会の存在をPRする。  参考①	ポスター掲示を依頼する際に「コロナ状況下においてこそ、共同募金が必要」という話をする（メッセージ等を添える）。
共通助成テーマ 「つながりたやさ ない社会づくり ～あなたは一人じ ゃない～」	共同募金の助成活動は with コロナの社会づくりに大きな共感が得られると考え、今年度新たに設定したテーマ。  助成内容でテーマそのものをめざすだけではなく、 <b>共同募金運動全体のあらゆる機会を捉えて、多様な人たちがつながる場をつくっていくことが共同募金の役割であることを表している。</b>  なお、平成25年からの「地域から孤立をなくそう」のテーマに包含された形となっている。  参考②	チラシや広報紙で、今年度の募金のつかいみちはコロナ状況下にも役立つことを伝える。  地域福祉活動関係者に対しては「活動をあきらめない」ことを伝えるメッセージにもなり、ともに運動を盛り上げる契機とする。
「赤い羽根 子どもと家族の緊 急支援 全国キャ ンペーン」	5月より中央共募および都道府県共募において取り組んできた緊急募金および助成。コロナ状況下において、必要な活動に対し助成を実施し、共同募金会の存在意義を社会に示す。  参考③	全国キャンペーンの助成例を示すことで、共同募金会の助成を象徴的に伝え、10月1日から赤い羽根共同募金につなげる。

## (2)アプローチ例

働きかけ先	内容	場面
地元商店街 事業所 等	日頃から付き合いのある企業にコロナ状況下の福祉活動支援の重要性を訴える。 「地域を元気にしたい」という思いは、地元の企業や商店街も同じと考えられるので、例年とは違う形でも応援いただける方法がないか一緒に考えてみる。	法人募金や職員募金が難しくても寄付付き商品を実施することはできないか相談してみる。事務所やお店にポスターを貼っていただくだけでも運動参加の1つとなる。
助成先の活動団体	共同募金の助成の良さや、いま必要な活動(ニーズ)について聞いてみる。 また、団体のHPやSNSで共同募金のPRをしてもらう。赤い羽根の良さを知っている身近な理解者は、助成先の団体。	募金チラシや広報紙において、コロナ状況下で必要な活動(=共同募金の必要性)を伝える。
商工会議所 青年会議所等	全国キャンペーンへの協力の御礼とともに、10月1日からの依頼をする。	御礼とともに、共同募金への協力
運営委員 理事・評議員 等	現職先団体(商工会議所等)への協力依頼、相談。コロナ状況下でも、好況な企業があるかもしれない。	新たな寄付依頼先がないか相談してみる。
個人寄付者	過去寄付をしてくださった方へ、呼びかける。寄付者名簿の整理をする。 コロナ状況下において「何かをしたい」と考えている人は意外と多い。	DMの送付やメールリングリストで寄付の呼びかけをする。

### 実は気づいてないかも？身近な理解者、アプローチ



上記のアプローチ先はあくまでも一例です。もしかすると、もっと身近に赤い羽根を応援してくれる人たちがいるかもしれません。例えば、職場(社協等)の他部署の方たちはどうでしょう？職場のみんな募金バッジや赤い羽根ネックストラップを着けるだけでも、運動の雰囲気をもたせられます。マスクの上に新ありがとうステッカーを貼ってみるのも、今年らしいかもしれません。

## 2. 活用が期待できる募金手法

下記は既存の募金手法について整理したものです。各手法の特性や活用したい場面に  
 応じ、参考にしてください。

### (1) 中央共同募金会の運営等によるシステム

手法	内容	場面
ネット募金	中央共募 HP より募金ができるシステム。決済手段はクレジットカード、コンビニ支払い、ペイジー等。 各市区町村の個別 URL がある。 参考④	法人募金や職域募金での活用。 募金依頼のチラシ等に市区町村の個別 URL を QR コード化すると、寄付者のアクセスが早い。
職域 WEB 募金箱	ネット募金のしくみを用いた、職域募金用システム。導入した企業は企業専用の URL からネット募金システムに入り、寄付をすることができ、社会貢献担当者は取りまとめ等の作業の効率化を図れる。 現システムでは、地域指定できないため、複数県をまたぐ事業所への導入が推奨される。	県内の有力企業への寄付依頼の際に提案内容の1つとする。 参考⑤
赤い羽根株優サポートクラブ	株主優待券等公表されている価格(株主優待寄付額一覧)で換金評価され、その全額が寄付されるしくみ。寄付先の地域指定ができる。 参考⑥	地元篤志家への協力方法周知。
ブックオフ「キャッシュレス買取サービス」	古本の買取代金をキャッシュレス決済で受け取れるしくみ。買取代金を赤い羽根共同募金への寄付の選択ができる。 参考⑦	事業所や町内会で古本回収の呼びかけをする。

## (2)各都道府県・市区町村により企画されるもの

手法	内容	場面
ダイレクトメール (DM)の送付	企業・法人に対して、郵送等で赤い羽根共同募金の寄付依頼を送付する。 過去の寄付者についてはお礼のメッセージを添えるなどするとより良い。	法人募金において訪問が難しい場合に代用する。
振込用紙の活用	振込用紙を用いて、寄付をいただく。現金収受が気になる際に使用する。上記ダイレクトメール(DM)に同封すると効果的。 ※振込用紙の取り扱いについては、都道府県共同募金会に要確認。	DM等への同封。 自治会・町内会等の戸別募金取りまとめの送付時に活用する。
バッジ募金 (グッズ募金)	募金のお礼として、独自制作のバッジ等をお渡しする。 ご当地キャラクター等を使用することで、寄付者層を広げることにつながる。	職域募金やイベント募金等において寄付促進の材料とする。
寄付つき商品 (募金百貨店)	企業、商店の商品売上げの一部を寄付していただく取り組み。 商品広告の際に「赤い羽根を応援しています」等の表示ができ、地元商店街の応援にもつながる。 ※覚書の締結が必要。 参考⑧	法人募金における、提案内容の1つとする。 例年どおりの寄付が難しい場合も、寄付つき商品での協力が可能な場合もあるかもしれない。
寄付つき 自動販売機	自動販売機の売り上げの一部が寄付されるしくみ。	地元商店街への設置等。

### 3. 広報について

上記の募金手法を活用にするにあたっては、非対面だからこそ「赤い羽根共同募金を分かりやすく伝える」ための工夫が必要です。下記は広報ツールとして活用できる一例です。

ツール	具体的内容	場面
赤い根データベース「はねっと」	<p>共同募金のつかいみちを寄付者に伝えるためのしくみ。市区町村毎に助成計画や助成決定内容について入力する。</p> <p>令和2年 10 月 1 日から【令和元年度・決定(精算)】がトップページに表示される。(9 月末までは平成30 年度)</p> <p>各市町村トップページの左上にある「この町に寄付する」をクリックすると、ネット募金の決済画面へ遷移する。</p> <p><b><u>つかいみちを示しながら、寄付を促すことができる。</u></b></p> <p><b><u>なお、平成 31 年 4 月より助成明細入力の際に登録した写真がトップページ上に表示されるようになった。</u></b></p> <p>参考⑨</p>	<p>法人募金や職域募金での活用。</p> <p>募金依頼のチラシに市区町村トップページ URL を QR コード化すると、寄付者のアクセスが早い。</p> <p>ネット募金と比べ、つかいみちを示すことができるので、<b><u>寄付者の共感を得やすい。</u></b></p> <p>特に、視覚的に訴えるためにも、精算の助成明細入力の際は<b><u>写真を登録すると良い。</u></b></p>
広報ガイド	<p>赤い羽根共同募金のコミュニケーション素材集。</p> <p>広報物の作成や募金協力のお願いの作成する際の様式がダウンロードできる。中央共募 HP 内に掲載。</p> <p>参考⑩</p>	<p>募金依頼関係の広報物作成の際に活用できる。</p> <p>また、助成に関するチラシ様式もダウンロードできる。</p>
街頭募金用音声素材	<p>街頭に立った際に募金を呼びかけるため音声素材。</p> <p>中央共募にて 9 月初旬を目途に作成、音声データを提供予定。</p>	<p>街頭募金のほか、声による呼びかけが難しい場面で活用できる。</p>
街頭募金用ボード素材	<p>街頭募金を実施していること知らせるために立て看板等の素材。</p> <p>中央共募にて 9 月初旬を目途に作成、版下を提供予定。</p>	<p>立て看板以外にも、A3 用紙等に印刷して活用することもできる。</p>
SNS による発信	<p>閲覧者は投稿内容を身近に感じることができる。助成先の活動のようすを投稿する等、つかいみちをより分かりやすく発信することができる。</p>	<p>Facebook、Twitter、Instagram、YouTube による発信が一般的。</p>



## 4. 参考資料一覧

No.	関連通知等
①	中央共募運発第 71 号(令和 2 年 7 月 21 日付け) 令和 2 年度共同募金運動ポスターの作成等について
②	中央共募運発第 87 号(令和 2 年 8 月 4 日付け) 令和 2 年度共同募金運動における共通助成テーマについて
③	中央共募運発第 9 号(令和 2 年 4 月 23 日付け) 「赤い羽根 子どもと家族の緊急支援 全国キャンペーン」 (新型コロナウイルス感染症の影響により日常生活に困難を抱える子どもと家族の支援活動)の実施 について
④	ネット募金 市区町村別 URL および QR コードの作成方法について (令和 2 年度都道府県共募職員研修資料)
⑤	Web 募金箱のご案内(一般向けちらしひな型)
⑥	中央共募運発第 5 号(令和 2 年 4 月 7 日付け) 株式会社優待マーケットの「赤い羽根 株優サポートクラブ」によるご寄付と広報のご協力のお願 いについて
⑦	中央共募運発第 226 号(令和 2 年 1 月 30 日付け) ブックオフコーポレーション株式会社「キャッシュレス買取サービス」によるご寄付について
⑧	中央共募企広発第 453 号(平成 28 年 2 月 29 日付け) 寄付つき商品ガイドライン及びロゴマークの制定について
⑨	はねっと「一般公開デザインの変更と寄付への誘導」(R4 改修時説明資料より抜粋)
⑩	中央共同募金会 HP「赤い羽根広報ガイド」 <a href="https://www.akaihane.or.jp/find/guide_to_publicity/">https://www.akaihane.or.jp/find/guide_to_publicity/</a>

※このヒント集は「共同募金会職員の人材養成に関する検討会」の意見を踏まえ作成しました。